

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Buku

Menurut Rustan (2009) Buku adalah media informasi yang memiliki halaman yang banyak yang dalam penjilidannya harus dilakukan dengan cara *perfect binding* agar halaman buku tidak tercerai-berai. Sebagai media informasi, buku memiliki berbagai macam jenis seperti, buku cerita bergambar atau buku ilustrasi, komik, novel, majalah, kamus, *company profile*, katalog produk, dan lain-lain. Fungsi utama dari buku yaitu menyampaikan informasi, berupa cerita, pengetahuan, laporan dan lain-lain. (hlm. 122).

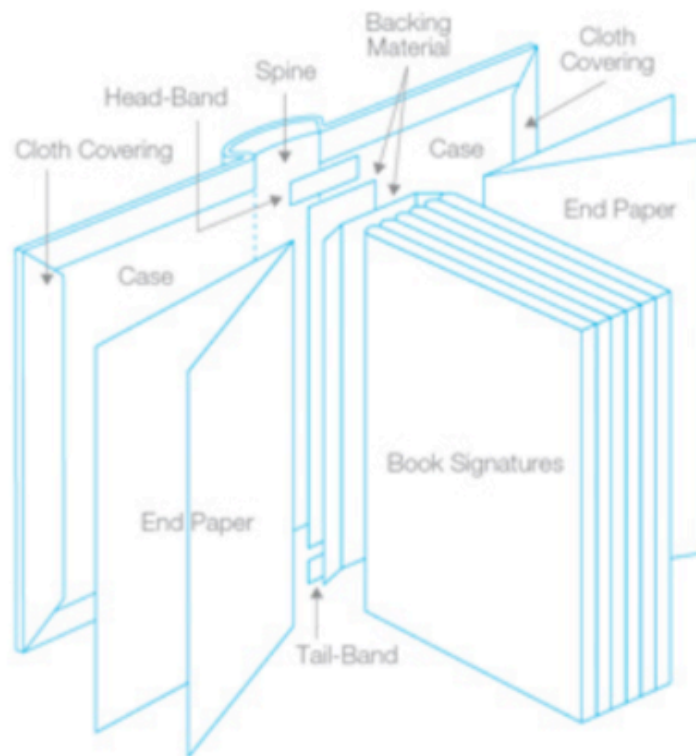
2.1.1. Pembagian Buku

Menurut Rustan (2009) Sebuah buku dibagi menjadi tiga berdasarkan dengan fungsinya masing-masing. berikut adalah tiga bagian dalam buku. (hlm.125).

1. Bagian depan

- a. *Cover* berisikan judul buku, nama atau logo penerbit, testimonial, elemen visual dan teks lainnya.
- b. Judul bagian dalam.
- c. Informasi penerbit dan perijinan.
- d. *Dedication*, pesan atau ucapan terimakasih oleh pengarang untuk orang atau pihak lain.
- e. Kata pengantar dari pengarang.
- f. Kata sambutan dari pihak lain seperti editor atau ahli.
- g. Daftar isi.

2. Bagian isi, Isi buku terdiri konten-konten yang merupakan poin utama dari buku.
3. Bagian belakang
 - a. Daftar pustaka
 - b. Daftar istilah
 - c. Daftar gambar
 - d. *Cover* belakang berisikan sinopsis, testimoni, harga, nama atau logo penerbit, elemen visual atau teks lainnya.



Gambar 2.1. Pembagian Buku
(<http://www.ibookbinding.com/wp-content/uploads/2014/09/Book-Anatomy.jpg>)

2.1.2. Urutan *Emphasis* Buku

Menurut Rustan (2009) Secara tidak sadar dalam sebuah buku terdapat suatu pola yang berfungsi sebagai *emphasis* dalam penyampaian informasi. Pola tersebut dapat diciptakan melalui *layout* yang dirancang untuk *emphasis* pada buku. Berikut adalah contoh dari *emphasis* dari berbagai jenis buku. (hlm. 128).

2.1.3. Penjilidan (*Binding*)

Penjilidan menurut Johansson, Lundberg dan Ryberg (2011) yaitu lembar-lembar yang disatukan menjadi satu kesatuan menggunakan jilid jahit kawat, jilid spiral, jilid sampul tipis atau jilid sampul tebal yang biasa disebut *perfect binding* dan siap untuk dipublikasikan (hlm. 342). Menurut Johansson, Lundberg dan Ryberg (2011) dalam penjilidan ada yang disebut segel benang. Segel benang adalah penggabungan antara teknik jahit benang dan jilid lem (*glue binding*). Teknik ini dilakukan dengan melipat kertas menjadi beberapa bagian dengan ketebalan yang sama rata dan menjahitnya, kemudian pada bagian lipatan akan diberikan lem sehingga setiap bagian kertas menyatu dengan punggung buku.



SPIRAL BINDINGS



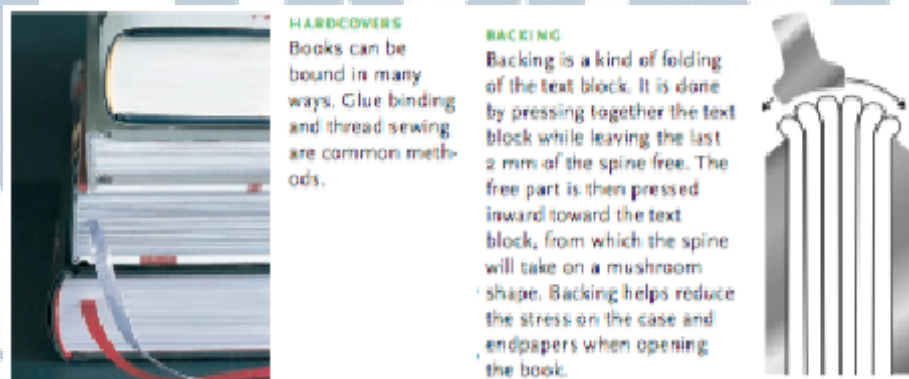
Gambar 2.2. Penjilidan Spiral

(A Guide To Graphic Print Production/ Johansson, Lundberg dan Ryberg/2011)



Gambar 2.3. Glue Binding Sampul Tipis atau Sampul Tebal

(A Guide To Graphic Print Production/ Johansson, Lundberg dan Ryberg/2011)

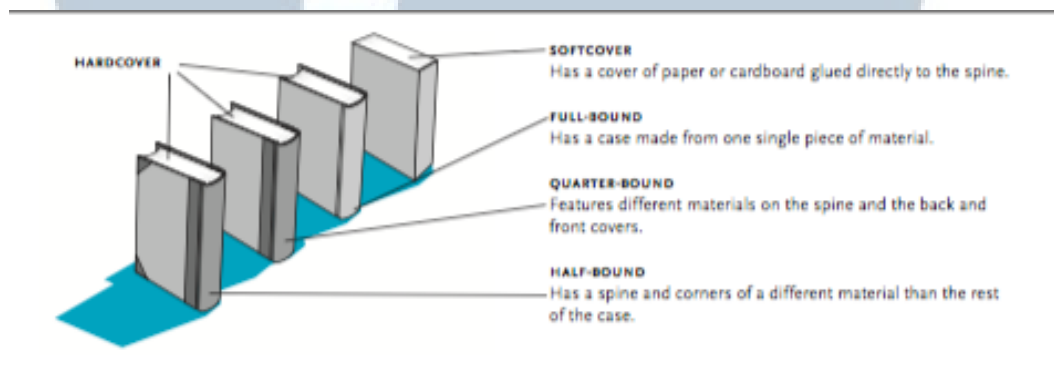


Gambar 2.4. Penjilidan Segel Benang dan Glue Binding

(A Guide To Graphic Print Production/ Johansson, Lundberg dan Ryberg/2011)

2.1.4. Penyampulan (*Covering*)

Menurut Johansson, Lundberg dan Ryberg (2011) penyampulan adalah istilah untuk melampirkan sebuah sampul untuk membuat buku menggunakan sampul tipis (*softcover book*) ataupun sampul keras (*hardcover book*). Sampul biasanya dibuat lebih lebar daripada halaman buku. Penyampulan dilakukan dengan menggunakan mesin pengeleman dengan teknik jahit benang atau segel benang. (hlm. 354).



Gambar 2.5. Penyampulan *Softcover Book* dan *Hardcover Book*
(*A Guide To Graphic Print Production*/ Johansson, Lundberg dan Ryberg/2011)

2.1.5. *Finishing*

Menurut Johansson, Lundberg dan Ryberg (2011) *finishing* adalah proses akhir dari proses cetak yang sangatlah penting dalam menghias tampilan hasil cetak agar terlihat lebih cantik dan menarik. *Finishing* dapat memiliki proses yang berbeda tergantung dari material, jenis mesin cetak yang digunakan. Berikut adalah jenis-jenis *finishing* dan efek yang ditimbulkan:

1. *Foil Stamping*, teknik cetak dengan panas menghasilkan detail lapisan warna metalik.



Gambar 2.6. *Finishing Foil Stamping*

(*A Guide To Graphic Print Production/ Johansson, Lundberg dan Ryberg/2011*)

2. *Varnish*, lapisan yang menghasilkan cetakan terlihat mengkilap, *doff* semi transparan atau *matte*.

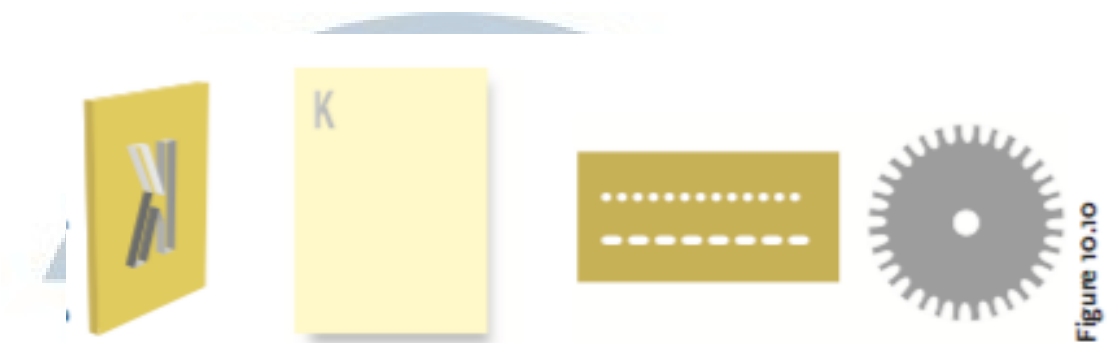


Gambar 2.7. *Finishing Varnish*

(*A Guide To Graphic Print Production/ Johansson, Lundberg dan Ryberg/2011*)

3. *Die Cutting*, dipakai untuk menghasilkan bentuk dan ukuran khusus pada barang cetakan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.8. *Finishing Die Cutting*

(*A Guide To Graphic Print Production/ Johansson, Lundberg dan Ryberg/2011*)

4. *Emboss/Deboss*, efek tekanan kuat yang dipergunakan di permukaan cetakan untuk menghasilkan efek timbul (*emboss*) ataupun sebaliknya.



Gambar 2.9. *Finishing Emboss/Deboss*

(*A Guide To Graphic Print Production/ Johansson, Lundberg dan Ryberg/2011*)

2.2. Teori Ilustrasi

Ilustrasi adalah penyampaikan pesan secara visual Wigan (2008) melalui gambar yang telah dirancang sebagai sarana komunikasi. Ilustrasi biasanya terdiri dari gambar dan teks yang saling menguatkan satu sama lainnya ataupun hanya berupa gambar saja. (hlm. 6).

2.2.1. Jenis-Jenis Ilustrasi

Menurut Zeegen (2005) jenis-jenis ilustrasi dibedakan menjadi beberapa bagian sesuai dengan kegunaan dari ilustrasi itu sendiri (hlm. 88). sebagai berikut:

1. *Editorial illustration*: ilustrasi ini biasa digunakan dalam sebuah media seperti majalah dan surat kabar dapat berbentuk foto untuk menunjukkan suatu fakta, ataupun ilustrasi gambar untuk menunjukkan suatu gagasan.



Gambar 2.10. *Editorial Illustration*
(*The Fundamentals of Illustration*/ Lawrence Zeegen/ 2005)

2. *Book Publishing*: ilustrasi ini digunakan dalam buku sejarah seperti manuskrip keagamaan *photography* dan juga diterapkan pada buku cerita bergambar anak berisikan teks dan juga gambar.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.11. *Book Publishing*
(*The Fundamentals of Illustration*/ Lawrence Zeegan/ 2005)

3. *Fashion illustration*: ilustrasi yang terdapat pada pakaian seperti baju, tas, sepatu, dan celana ataupun pada label sebuah produk yang sesuai dengan target audiens.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.12. *Fashion Illustration*
(*The Fundamentals of Illustration*/ Lawrence Zeegan/ 2005)

4. *Advertising illustration*: ilustrasi yang digunakan dalam media iklan seperti *tv commercial*, *press campaign* dan *storyboard*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.13. *Advertising illustration*
(*The Fundamentals of Illustration*/ Lawrence Zeegan/ 2005)

5. *Music Industry Illustration*: ilustrasi yang terdapat pada poster musik, album *artwork*, *label cd* sebagai penunjang penjualan. Ilustrasi dalam music industri bisa menggunakan teknik foto ataupun gambar ilustrasi.



Gambar 2.14. Music Industry
(*The Fundamentals of Illustration*/ Lawrence Zeegan/ 2005)

6. *Graphic design studio collaboration*: Ilustrasi yang digunakan sebagai penunjang media promosi suatu perusahaan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.15. *Graphic design studio collaboration*
(*The Fundamentals of Illustration*/ Lawrence Zeegan/ 2005)

7. *Self-initiated illustration*: ilustrasi untuk kebutuhan pribadi namun tidak tutup kemungkinan ilustrasi tersebut dipamerkan dalam sebuah galeri dan dapat dijual.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.16. *Self-initiated illustration*
(*The Fundamentals of Illustration*/ Lawrence Zeegan/ 2005)

2.2.2. Fungsi Ilustrasi

Menurut Male (2007) dalam penempatannya ilustrasi memiliki beberapa fungsi dan tujuan (hlm. 86) sebagai berikut:

1. *Documentation, reference and instruction:* Mendokumentasikan, memberika referensi sebagai bahan pembelajaran dan menginstruksi cara penggunaan atau cara melakukan sesuatu dalam bentuk ilustrasi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.17. *Documentation, reference and instruction*
(Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective/Alan Male/ 2007)

2. *Commentary*: Memperkuat konten jurnalistik dalam surat kabar dan majalah yang mengomentari kehidupan sosial, politik, budaya, dan ekonomi.

UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 2.18. *Commentary*

(*Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective/Alan Male/ 2007*)

3. *Storytelling*: Memberikan gambaran visual dari cerita fiksi untuk buku cerita bergambar, novel dan komik yang memiliki tema sejarah, fantasi ataupun mitologi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.19. *Storytelling*

(*Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective/Alan Male/ 2007*)

4. *Persuasion*: Mengajak dan mengkampanyekan suatu tindakan, digunakan untuk komersil seperti periklanan ataupun pada dunia politik.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.20. *Persuasion*

(*Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective/Alan Male/ 2007*)

5. *Identity*: Memberikan identitas pada merek atau perusahaan untuk meningkatkan tampilan agar terlihat lebih menarik dan menjadi ciri khas.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.21. *Identity*

(Illustration: *A Theoretical & Contextual Perspective*/Alan Male/ 2007)

2.2.3. Gaya Visual Ilustrasi

Menurut Male (2007) gaya visual ilustrasi merupakan karakteristik khas dari setiap ilustrator. Setiap gaya visual ilustrasi selalu berubah seiring perkembangan zaman namun dapat disederhanakan menjadi dua kategori yaitu gaya ilustrasi literal dan konseptual. (hlm. 50-70).

1. Ilustrasi Literal

Menurut Male (2007) Ilustrasi literal adalah ilustrasi yang mewakili kebenaran sebuah gambar dengan suatu kenyataan yang dapat dipercaya

walaupun gambar tersebut bersifat fiksi atau fantasi. Berikut adalah contoh dari gaya ilustrasi literal: (hlm. 63).

- a. *Realism*: Ilustrasi yang berdasarkan peristiwa ataupun kejadian nyata yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari tanpa ada pemahaman lain.



Gambar 2.22. Gaya *Realism*

(Illustration: *A Theoretical & Contextual Perspective*/Alan Male/ 2007)

- b. *Hyperrealism*: ilustrasi yang menekankan ekspresi dan Suasana dalam menciptakan sebuah drama. Gaya ini sering digunakan dalam penyampaian informasi dalam periklanan dan cerita fiksi.



Gambar 2.23. Gaya *Hyperrealism*

(*Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective*/Alan Male/ 2007)

- c. *Imagery*: Serangkain gambar yang saling berhubungan untuk menyampaikan informasi yang berurutan dalam setiap adegan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.24. Gaya *Imagery*

(Illustration: *A Theoretical & Contextual Perspective*/Alan Male/ 2007)

2. Ilustrasi konseptual

Menurut Male (2007) Ilustrasi konseptual adalah ilustrasi yang mengandung unsur kenyataan tapi digambarkan secara berbeda dengan menggunakan bahasa visual metafora. Bahasa visual metafora yaitu menyampaikan pesan secara tersirat atau perumpamaan simbolis dalam menyampaikan sebuah ide bersifat imajinatif. Berikut adalah contoh dari ilustrasi konseptual (hlm. 54).

- a. *Surrealism*: Dari segi tehknik penggambarannya mirip dengan ilustrasi realisme dan abstrak namun warna dan bentuknya penggambarannya lebih ekspresif dengan menggabungkan unsur *realisme* dan abstrak.

Surrealisme menciptakan representasi yang berbeda dari apa yang kita lihat.



Gambar 2.25. Gaya Surrealism

(*Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective*/Alan Male/ 2007)

- b. *Diagrams*: Gaya ilustrasi yang menggambarkan suatu proses atau sistem. Gaya visual terdiri dari representasi simbolis dan kontekstual guna mendeskripsikan informasi secara visual.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.26. Gaya Diagram

(Illustration: *A Theoretical & Contextual Perspective*/Alan Male/ 2007)

- c. *Abstract*: Gaya ilustrasi yang bebas dari representasi.



Gambar 2.27. Gaya Abstrak

(Illustration: *A Theoretical & Contextual Perspective*/Alan Male/ 2007)

2.2.4. Teknik Ilustrasi

Menurut Salisbury (2004) teknik perancangan ilustrasi dapat di sederhanakan menjadi teknik tradisional atau teknik manual menggunakan cat dan kertas kemudian teknik digital ilustrasi menggunakan perangkat komputer, dan gabungan antara teknik manual dan digital. (hlm. 41-61).

1. Teknik Manual

Dalam perancangan ilustrasi menggunakan teknik manual meliputi teknik: cat air, akrilik, cat minyak, hitam dan putih, teknik cetak tinggi, dan kolase.



Gambar 2.28. Teknik *Watercolor*
(*Illustrating Childrens Books* /Martin Salisbury/ 2004)

2. Teknik Digital

Teknik dalam perancangan sebuah ilustrasi digital diperlukan sebuah perangkat komputer, pena digital dan sebuah *software* penunjang.



Gambar 2.29. Gambar Digital
(*Illustrating Childrens Books* /Martin Salisbury/ 2004)

3. Teknik gabungan

Teknik ini mengunakan cara manual seperti penggunaan akrilik kemudian hasil dari ilustrasi di *scan* yang menjadikannya bentuk ilustrasi digital.

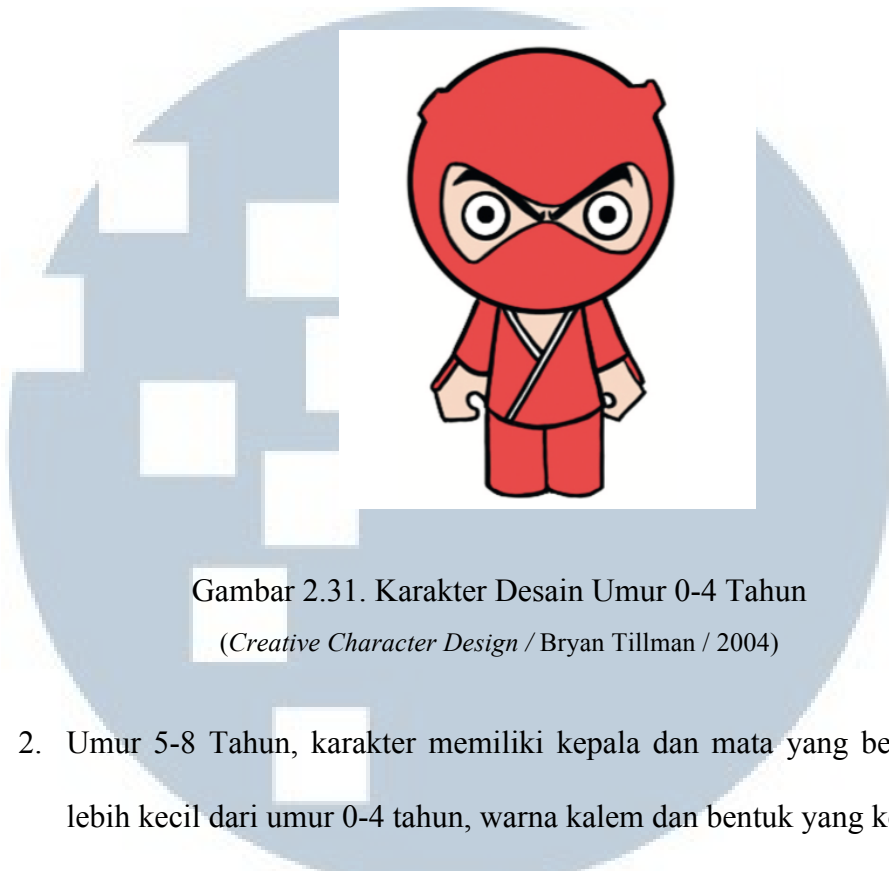


Gambar 2.30. Teknik Manual dan Digital
(*Illustrating Childrens Books* /Martin Salisbury/ 2004)

2.2.5. Karakter

Menurut Tillman (2011) desain karakter dapat dijadikan sebagai pencitraan pahlawan yang mana ada keterkaitannya dengan cerita. Sehingga hal tersebut dapat membuat pembaca merasa memiliki pahlawan atau jagoannya dalam cerita yang membuat ketertarikan dan minat pembaca (hlm. 2). Karakter merupakan gambaran atau pencitraan yang dibuat untuk berkomunikasi dengan pembaca secara lebih intim untuk keseluruhan pesan yang ingin disampaikan. Menurut Tillman terdapat tiga ciri-ciri kepribadian dari karakter secara fisik, cerita atau ide yang asli. Desain karakter dengan ide yang asli artinya memiliki ciri tersendiri sehingga karakter tersebut mudah diingat. Desain karakter memiliki peran yang sangat penting dalam perancangan buku untuk anak karena berkaitan dengan karakteristik dan psikologi anak (hlm. 4). Dalam merancang sebuah desain karakter menurut Tillman ada beberapa ciri-ciri karakter berdasarkan target umur sebagai berikut: (hlm. 104).

1. Umur 0-4 Tahun, karakter memiliki kepala yang besar dan mata yang besar, tubuh pendek, warna cerah dan bentuk yang sederhana.



Gambar 2.31. Karakter Desain Umur 0-4 Tahun
(*Creative Character Design* / Bryan Tillman / 2004)

2. Umur 5-8 Tahun, karakter memiliki kepala dan mata yang besar namun lebih kecil dari umur 0-4 tahun, warna kalem dan bentuk yang kompleks.



Gambar 2.32. Karakter Desain Umur 5-8 Tahun
(*Creative Character Design* / Bryan Tillman / 2004)

3. Umur 9-13 Tahun, mulai menghasilkan proporsi, warna lebih *realistic* dan *detail*.



Gambar 2.33. Karakter Desain Umur 9-13 Tahun
(*Creative Character Design* / Bryan Tillman / 2004)

2.3. Teori Desain Komunikasi Visual

Menurut landa (2010) Desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada audiens, dengan mempelajari konsep-konsep dasar seperti Mengolah elemen desain dan prinsip desain. (hlm. 1).

2.3.1. Elemen Desain

1. Garis: Garis tercipta dari adanya titik yang saling berhubungan. garis merupakan titik yang memanjang yang dikenal sebagai goresan atau coretan dan garis tidak memiliki satuan lebar. Menurut Landa (2010) Garis memiliki beberapa kategori sebagai berikut: (hlm.16).

- a. *Solid line*: garis yang pertama kali ditarik dipermukaan.

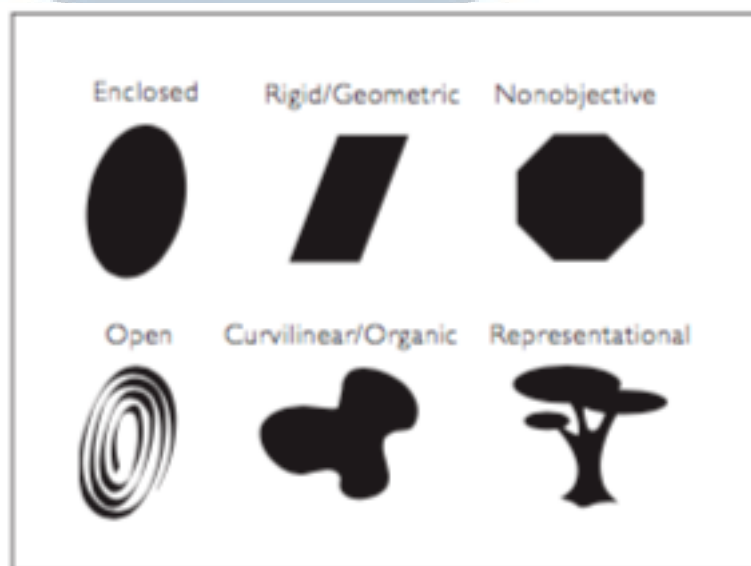
- b. *Implied line*: garis yang berkelanjutan seolah olah tidak terlihat.
- c. *Edge*: titik pertemuan garis dalam sebuah bentuk dan pola.
- d. *Line of vision*: garis gerak untuk membantu menciptakan garis penglihatan.



Gambar 2.34. Kategori Garis
(*Graphic Design Solutions*/Robin Landa/2010)

2. Bentuk: Bentuk merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar (dua dimensi) yang terbentuk dari garis ataupun warna, dapat pula suatu bentuk memiliki volume seperti kubus, *pyramid*, dan bola. Menurut Landa (2010) Bentuk memiliki beberapa kategori sebagai berikut: (hlm. 18).
 - a. *A geometric shape*: bentuk geometri dengan garis lurus, kurva dan sudut yang dapat diukur.
 - b. *Curvilinear shape*: bentuk lengkung, organik terlihat natural

- c. *Rectilinear shape*: bentuk bujur sangkar terbentuk dari garis lurus dan sudut
- d. *Irregular shape*: bentuk yang tidak teratur, terbentuk dari garis lurus dan lengkung
- e. *Accidental shape*: bentuk yang diciptakan secara sengaja maupun tidak.
- f. *Non-representational shape*: bentuk yang tidak merepresentasikan alam, benda dan orang
- g. *Abstract shape*: bentuk yang disederhanakan atau berubah menjadi bentuk kompleks untuk tujuan tertentu.
- h. *Representational shape*: bentuk yang merepresentasikan alam.

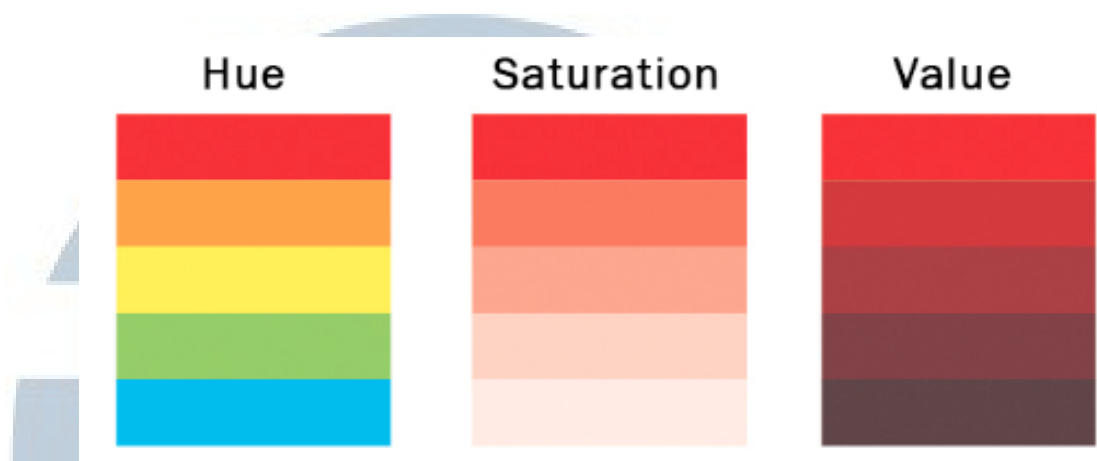


Gambar 2.35. Kategori Bentuk
(*Graphic Design Solutions*/Robin Landa/2010)

3. Warna

Warna merupakan elemen visual yang sangat penting. Warna adalah pantulan cahaya, saat cahaya menyentuh sebuah benda, sebagian cahaya diserap oleh benda dan cahaya yang dipantulkan adalah warna yang kita lihat. Pantulan cahaya ini dikenal sebagai warna *subtraktif*. Dan warna-warna digital seperti pada layar komputer yang tidak memiliki pigmen alami disebut warna *aditif*. Sedangkan warna menurut Poulin (2011) adalah elemen visual yang sangat kuat dan komunikatif yang dapat mewakili suasana dalam berkomunikasi dan menyampaikan pesan. Warna juga merupakan unsur yang tajam untuk menyentuh kepekaan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, senang dan semangat. (hlm. 62). Warna memiliki beberapa istilah sebagai berikut:

- a. *Hue*: adalah tingkat kepekatan warna hasil dari cahaya yang dipantulkan dari benda pada frekuensi tertentu. Contohnya warna kuning, merah, dan biru.
- b. *Value*: adalah tingkat kecerahan dan kekusaman warna dengan ditambahkan warna hitam atau putih.
- c. Saturasi: tingkat intensitas warna. Semakin jauh dengan hue maka semakin sedikit nilai intensitasnya dan sebaliknya semakin dekat dengan hue maka intensitasnya semakin tinggi karena mendekati warna aslinya.

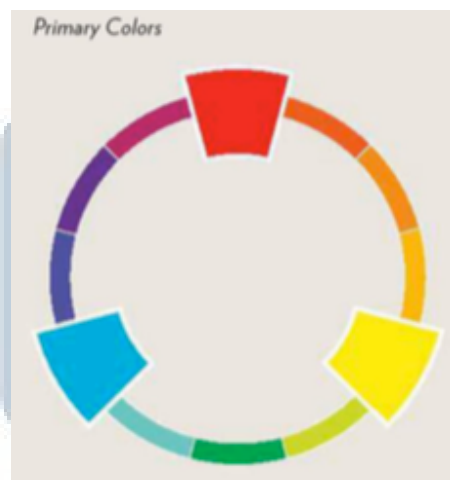


Gambar 2.36. Istilah Warna

(<http://satukis.info/?m=Hue+Value+Saturation++learn++Digital+Art+Design+and>)

Menurut Poulin (2011) Warna memiliki beberapa kategori sebagai berikut (hlm. 68):

- a. *Primary Color*: warna yang tidak bisa dihasilkan dari mencampur warna-warna lain. yang termasuk warna primer adalah merah, biru, dan kuning.



Gambar 2.37. *Primary Color*

(*The Language Of Graphic Design* /Richard Poulin/2011)

- b. *Secondary color*: warna dari hasil pencampuran warna primer dengan kombinasi warna yang berbeda.



Gambar 2.38. *Secondary Color*
(*The Language Of Graphic Design* /Richard Poulin/2011)

- c. *Complementary color*: kombinasi warna antara warna dingin dan warna panas yang menciptakan harmonisasi warna.



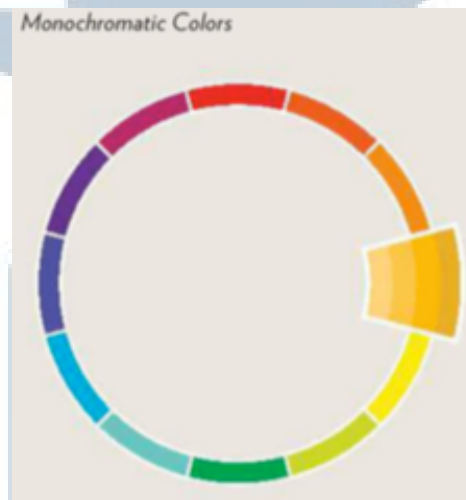
Gambar 2.39. *Complementary Color*
(*The Language Of Graphic Design* /Richard Poulin/2011)

- d. *Tertiary color*: warna ini dihasilkan dari mencampur warna primer dan sekunder.



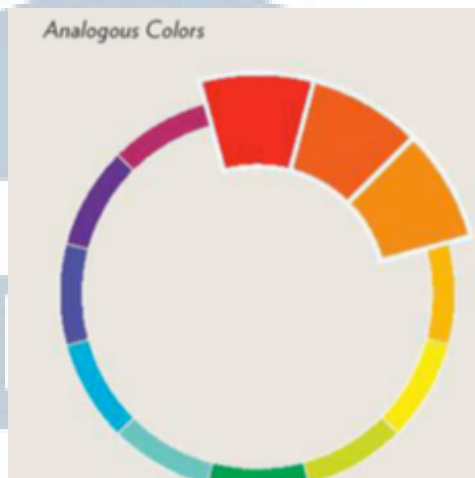
Gambar 2.40. *Tertiary Color*
(*The Language Of Graphic Design* /Richard Poulin/2011)

- e. *Monochromatic color*: kombinasi warna yang hanya terdiri dari satu warna dihasilkan dari pencampuran *hue* dengan putih ataupun hitam.



Gambar 2.41. *Monochromatic Color*
(*The Language Of Graphic Design* /Richard Poulin/2011)

- f. *Analogous color*: warna-warna yang saling berdekatan dan memiliki pigmen dan gelombang cahaya yang hampir sama.



Gambar 2.42. *Analogous Color*
(*The Language Of Graphic Design* /Richard Poulin/2011)

- g. *Triadic color*: kombinasi warna kontras yang pada *colors wheel* akan membentuk pola segitiga.



Gambar 2.43. *Triadic Color*
(*The Language Of Graphic Design* /Richard Poulin/2011)

Menurut Opara dan Cantwell (2014) dalam buku *Color work best practices for graphic design* (hlm. 164). Warna memiliki arti dan fungsi secara simbolis yang bergantung dalam setiap konteksnya seperti budaya, adat istiadat, agama, kelas social, jenis kelamin, dan juga usia. Warna berpengaruh terhadap

psikologi manusia ataupun persepsi mengenai warna seperti saat melihat warna bermarna merah kita akan merasa bersemangat ataupun bergairah.



Gambar 2.44. *Color and Culture*
(*Color Work*/Eddie Opara, Jhon Cantwell/2014)

4. Tekstur

Menurut Landa (2010) Tekstur adalah gambaran dari permukaan. Tekstur dibagi menjadi dua kategori yaitu tekstur yang dapat disentuh dan

dirasakan secara fisik kemudian tekstur yang hanya gambaran dalam bentuk visual. Berikut adalah contoh dari macam tekstur (hlm. 23).



Gambar 2.45. Tekstur
(*Graphic Design Solutions/Robin Landa/2010*)

2.3.2. Prinsip Desain

1. Keseimbangan

Menurut Landa (2010) Keseimbangan dalam setiap komposisi ditentukan oleh beberapa faktor seperti bobot visual, pengaturan posisi dan pengaturan komposisi visual. Bobot visual disini mengacu pada penekanan elemen dalam setiap komposisi yang menimbulkan kesan kuat atau berat. Sebuah desain dikatakan balance jika setiap elemen visual sama rata dari sumbu pusat. Keseimbangan dibagi menjadi 3 kategori yaitu: (hlm. 28).

- a. *Symmetrical balance*: pembagian bobot visual secara rata pada tiap sisi yang membentuk refleksi simetri.
- b. *Asymmetrical balance*: keseimbangan yang tidak merata secara matematis dan tidak ada pusat yang jelas tetapi terkesan seimbang.

- c. *Radial balance*: keseimbangan yang terpusat pada titik tengah horizontal dan vertical.



Gambar 2.46. Keseimbangan
(*Graphic Design Solutions*/Robin Landa/2010)

2. *Emphasis*

Menurut Landa (2010) *Emphasis* atau penekanan adalah penataan elemen visual sesuai dengan kepentingan untuk mendapatkan fokus utama dalam menyampaikan informasi. *Emphasis* atau penekanan memiliki berbagai macam jenis sebagai berikut: (hlm. 29).

- a. *Emphasis by isolation*: penekanan dengan memberikan jarak antara elemen visual.
- b. *Emphasis by placement*: memposisikan elemen visual tertentu dalam suatu komposisi.
- c. *Emphasis through scale*: penekanan ukuran elemen visual. Ukuran yang besar akan menjadi fokus utama dalam suatu komposisi.
- d. *Emphasis through contrast*: penekanan berdasarkan warna gelap atau terang
- e. *Emphasis through direction and pointers*: mengarahkan penekanan dengan menggunakan arah panah.

f. *Emphasis through diagrammatic structures*: penekanan berdasarkan struktur diagram.

3. *Rythm*

Menurut Landa (2010) *Rhythm* atau ritme adalah pengulangan pola yang konsisten untuk menciptakan stabilitas dalam suatu komposisi. *Ritme* dapat dibangun melalui warna, tekstur, *emphasis*, dan keseimbangan yang membuat suatu pola pengulangan yang konsisten ataupun dengan memodifikasi pola seperti warna, bentuk, jarak, dan posisi akan membentuk variasi *ritme*. (hlm. 30).

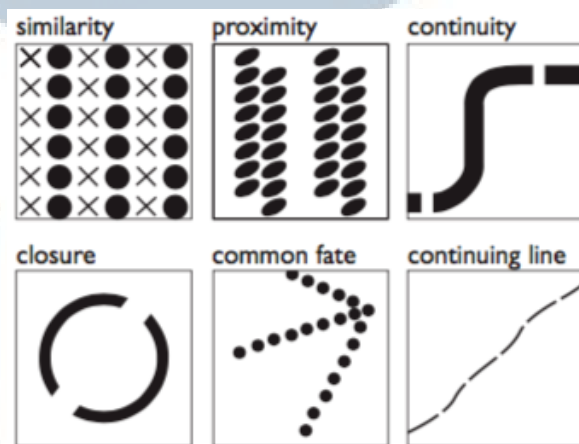


Gambar 2.47. *Rhythm*
(*Graphic Design Solutions/Robin Landa/2010*)

4. *Unity*

Menurut Landa (2010) Kesatuan dimana semua elemen visual dalam suatu komposisi saling terkait satu sama lain sehingga membentuk satu kesatuan. Dalam teori gestalt tentang *perceptual organization* terbagi menjadi beberapa persepsi sebagai berikut: (hlm. 31).

- a. *Similarity*: elemen dengan kesamaan bentuk, warna, dan tekstur.
- b. *Proximity*: elemen yang saling berdekatan yang terlihat seperti satu kesatuan.
- c. *Continuity*: elemen yang seakan-akan terlihat terhubung yang dianggap satu kesatuan yang memberi kesan gerakan.
- d. *Closure*: elemen yang memberikan kecenderungan pikiran dalam membuat pola
- e. *Common fate*: elemen yang bergerak kearah yang sama yang membentuk satu kesatuan
- f. *Continuing line*: garis seakan akan memiliki satu kesatuan walaupun garis itu terputus.



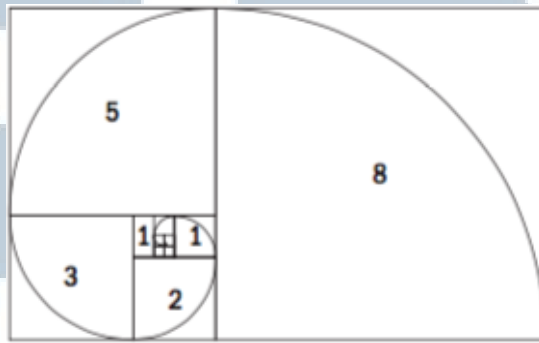
Gambar 2.48. Kesatuan

(Graphic Design Solutions/Robin Landa/2010)

5. Proporsi

Menurut Landa (2010) Proporsi adalah keselarasan ukuran antara setiap elemen desain dalam suatu komposisi agar menjadi sedap untuk dipandang

oleh mata. Ada salah satu cara untuk menentukan proporsi ideal yaitu dengan angka Fibonacci dan *golden Ration* (hlm.36).



Gambar 2.49. *Golden Ratio*
(*Graphic Design Solutions/Robin Landa/2010*)

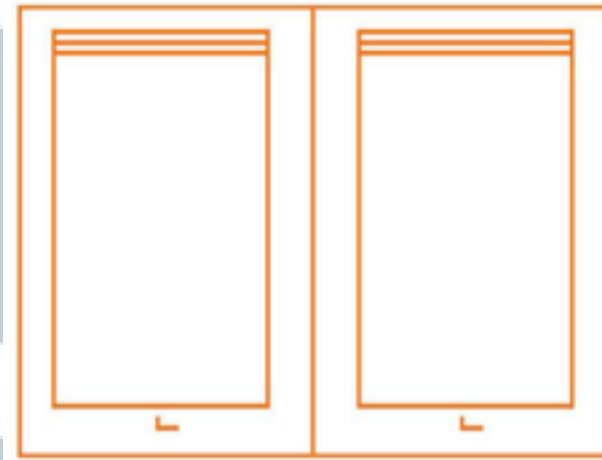
2.3.3. *Layout*

Layout Ambrose dan Harris (2005) adalah susunan dari keseluruhan elemen desain pada suatu tempat atau ruang yang bertujuan untuk komunikasi dengan audiens agar suatu desain dapat dengan mudah dipahami. Dengan susunan *layout* yang baik informasi yang rumit dapat disampaikan dengan baik melalui media cetak ataupun elektronik. (hlm. 10-11).

2.3.4. *Grid*

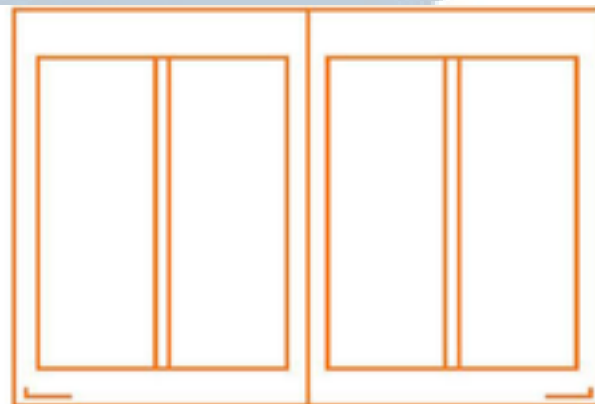
Grid menurut Tondreau (2009) digunakan untuk membantu merancang suatu *layout* agar informasi yang akan disampaikan kepada audiens dapat dengan mudah dipahami. *Grid* memiliki berbagai macam jenis dan kegunaannya sebagai berikut: (hlm. 11)

1. *Single colum grid*: Digunakan untuk teks yang dibaca terus menerus seperti pada buku, laporan dan esai.



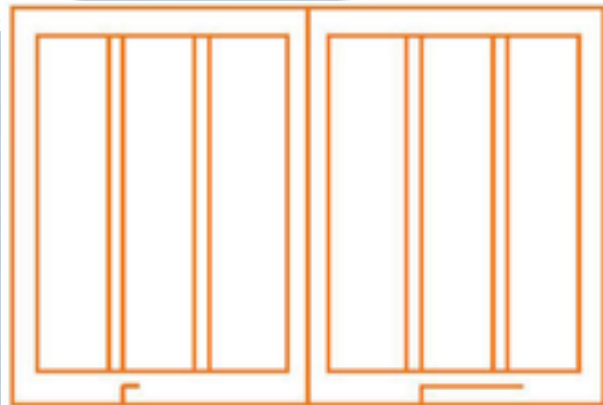
Gambar 2.50. *Single Colum Grid*
(*Layout Esensial/ Tondreau/2009*)

2. *Two colum grid*: Digunakan untuk teks dan informasi yang panjang yang dapat dibagi menjadi dua kolom.



Gambar 2.51. *Two Colom Grid*
(*Layout Esensial/ Tondreau/2009*)

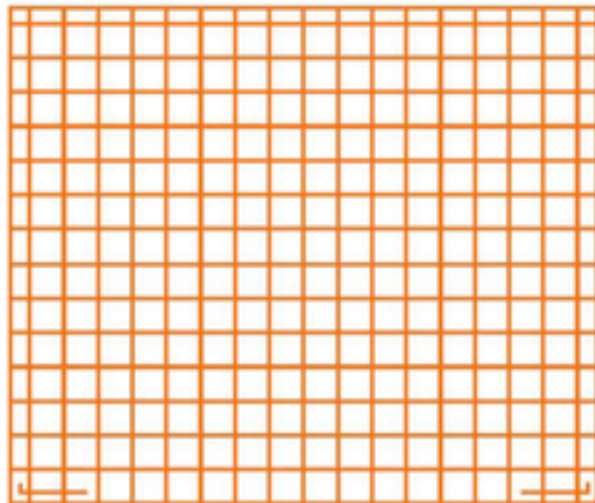
3. *Multicolum grid*: Gabungan dari beberapa kolom dengan lebar yang bervariasi berguna untuk majalah dan web.



Gambar 2.52. *Multicolum Grid*
(*Layout Esensial/ Tondreau/2009*)

4. *Modular grid*

Digunakan untuk menyusun informasi yang rumit seperti kalender, grafik, dan tabel. Penggabungan antara kolom vertikal dan horizontal.



Gambar 2.53. *Modular Grid*
(*Layout Esensial/ Tondreau/2009*)

2.3.5. Tipografi

Tipografi menurut Harkins (2010) adalah seni komunikasi dalam menyusun dan merancang huruf dan kata-kata secara visual agar mudah dipahami oleh target audiens. (hlm.8-15). Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam tipografi seperti keterbacaan, ukuran, jenis huruf, dan spasi huruf. Tipografi Harkins (2010) bisa memiliki dua fungsi dalam sebuah komposisi yaitu tipografi sebagai teks dan tipografi sebagai tampilan. (hlm.72-76) penjelasan seperti di bawah ini:

1. Tipografi teks

Tipografi yang digunakan untuk body teks ataupun *headline* yang dibaca terus menerus seperti pada buku, koran majalah dan halaman web. Ukuran standar tipografi teks sekitar 8pt-14pt dan jenis huruf yang dibatasi oleh pertimbangan keterbacaan.



Gambar 2.54. Tipografi Teks
(Basic Typografi/Michael Harskin/2010)

2. Tipografi Tampilan

Tipografi yang berguna untuk menarik perhatian audiens, tidak dibatasi pada pemilihan jenis huruf, ukuran dan terkadang menghilangkan fungsi keterbacaan yang tidak diperuntukan untuk *body* teks.



Gambar 2.55. Tipografi Tampilan
(*Basic Typografi/Michael Harskin/2010*)

2.3.6. *Legibility* dan *Readability*

Cullen (2005) mengatakan *Legibility* dan *Readability* adalah dasar dari komunikasi yang baik dalam penggunaan *typeface* dan pemilihan *typeface*. Berikut adalah perbedaan dari keduanya (hlm. 99).

1. *Legibility*

Legibility lebih pada penempatan dan posisi huruf terhadap huruf yang lain pada sebuah kalimat. Karakter sebuah *typeface* menentukan keterbacaan sebuah kalimat.

2. *Readability*

Readability lebih kepada pemilihan komposisi, pengaplikasian dan pemilihan jenis *typeface* agar mudah dalam hal keterbacaannya.

2.3.7. Jenis-Jenis Huruf

Menurut Ambrose (2006) Jenis-jenis huruf di sederhanakan menjadi dua bentuk yaitu *serif* dan *sans serif*. (hlm.62).

1. *Serif*

Jenis huruf ini memiliki garis silang kecil yang berada di ujung garis pada huruf. Jenis huruf *serif* memiliki kesan tradisional dan dalam hal keterbacaan jenis huruf ini sedikit sulit untuk dibaca.

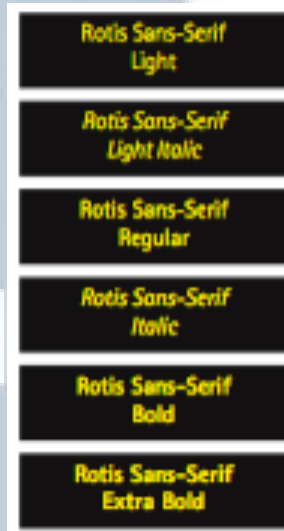


Gambar 2.56. *Font Serif*
(*Basic Typografi*/Michael Harskin/2010)

2. *Sans Serif*

Jenis huruf tidak memiliki garis silang kecil yang berada di ujung huruf.

Jenis huruf ini lebih mudah dibaca yang sering digunakan dalam *body* teks, dan *headline*. Jenis huruf ini memiliki kesan modern.



Gambar 2.57. *Font Sans Serif*
(*Basic Typografi*/Michael Harskin/2010)

2.4. Cerita Rakyat

Menurut Sujana, Wachyudin (2014) cerita yang berkembang di dalam masyarakat yang menyangkut pesan-pesan berupa pernyataan lisan yang diucapkan, dinyanyikan, atau disampaikan lewat musik. Cerita rakyat biasanya diturunkan secara turun-temurun dari generasi sebelumnya. Cerita rakyat menceritakan kisah tentang kejadian atau kehidupan disekitar kelompok maupun individu yang menggabungkan antara fakta dan kepercayaan ataupun bersifat fiksi dan mitos. (hlm. 9-10).

2.4.1. Ciri-Ciri Cerita Rakyat

Menurut Sujana, Wachyudin (2014) cerita rakyat memiliki beberapa ciri pada umumnya (hlm.11) yaitu:

1. Penyebaran dilakukan secara lisan.
2. Bersifat tradisional.
3. Memiliki bermacam-macam versi cerita yang berkembang di masyarakat.

4. Pencipta dari cerita tidak diketahui.
5. Memiliki fungsi dalam kelompok masyarakat.
6. Bersifat tidak logis.
7. Cerita milik bersama atau kelompok tertentu seringkali bersifat polos sehingga terlihat kasar ataupun terlalu sopan.

2.4.2. Pembagian Cerita Rakyat

Menurut Sujana, Wachyudin (2014) cerita rakyat disederhanakan menjadi tiga golongan besar diantaranya adalah: (hlm. 12-16).

1. *Mite* atau mitos

Mitos adalah cerita yang dianggap suci atau sacral oleh masyarakat dan dipercayai bahwa cerita tersebut benar-benar terjadi. Cerita mitos seringkali ditokohkan oleh dewa-dewa, makhluk setengah dewa, yang terjadi jauh di masa silam atau masa lalu yang mengisahkan alam semesta, dunia, manusia, petualangan dewa, kekuatan supranatural, kisah percintaan dewa dan hubungan kekerabatan mereka.

2. Legenda

Cerita rakyat yang dianggap oleh masyarakat bahwa kejadian itu benar-benar pernah terjadi pada masa yang belum lampau atau lama. Cerita legenda sering dikaitkan dengan tokoh, peristiwa, dan tempat yang benar-benar ada dan nyata. Pada dasarnya cerita legenda ini bersifat tidak tertulis yang sering sekali mengalami penambahan yang bisa saja berbeda dari yang aslinya. Cerita legenda sering dianggap sebagai cerita yang bersifat historis walaupun sulit sekali dibuktikan faktanya.

3. Dongeng

Dongeng adalah cerita pendek yang dianggap pernah terjadi oleh pendongeng ataupun pendengarnya. Dongeng biasanya mengandung unsur hiburan, pelajaran moral, ataupun bersifat sindiran.

2.4.3. Fungsi Cerita Rakyat

Menurut Sujana, Wachyudin (2014) cerita rakyat memiliki empat fungsi utama yaitu: (hlm. 18)

1. Sebagai cita-cita dan angan-angan suatu kelompok masyarakat.
2. Sebagai alat pendidikan untuk anak-anak.
3. Sebagai alat pengatur norma dan adat istiadat masyarakat yang harus dipatuhi.
4. Sebagai system politik dalam suatu lembaga kebudayaan.

2.4.4. Pangeran Aryadillah

Pangeran Aryadillah merupakan cerita rakyat yang berkembang di masyarakat Banten khususnya berada di Banten Lama. Cerita pangeran Aryadillah adalah jenis cerita rakyat yang termasuk kedalam legenda karena berhubungan dengan tokoh, peristiwa, dan tempat yang benar-benar ada namun cerita berjenis legenda bersifat tidak tertulis yang sering mengalami penambahan yang bisa saja berbeda dengan aslinya. Cerita legenda pangeran Aryadillah dianggap sebagai cerita historis karena menceritakan sejarah Banten pada awal kebangkitannya walaupun cerita tersebut sulit dibuktikan faktanya karena mengandung unsur supranatural. Menurut bapak KH. Fathul Adzim Chatib dalam wawancara pada tanggal 8 Maret

2018, Pangeran Aryadillah diperkirakan hidup pada masa Sultan Maulana Hasanuddin yaitu pada tahun 1552-1600 SM.

Menurut bapak Abdurahman salah satu Juru kunci makam dalam wawancara pada tanggal 2 Maret 2018, pangeran Aryadillah adalah anak dari Sultan Maulana Hasanuddin Sultan pertama di Kesultana Banten dengan Istri bernama Ratu Badariah yang berasal dari bangsa Jin. Pangeran Aryadillah lahir di gunung Karang yang tidak jauh dari Kesultanan Banten karena pada saat Ratu Badariah mengandung pangeran Aryadillah mereka diusir karena sultan mengetahui bahwa Ratu bukanlah manusia. Pada saat pangeran Aryadillah berumur 14 Tahun, pangeran dijemput oleh seorang patih yang ditugaskan Sultan Maulana Hasanuddin karena dalam sebuah ramalan, yang dapat menghentikan perang adalah pangeran Aryadillah. pada saat itu pangeran Aryadillah tidak langsung diakui namun diberikan beberapa ujian untuk membuktikan kesaktiannya. Menurut bapak Abdurahman pada saat pangeran Aryadillah pergi berperang ke daerah Palembang, pangeran gugur dalam peperangan namun jasadnya tidak ditemukan. Menurut beliau pangeran Aryadillah tidak meninggal namun ngahyang ke alam ghoib. Pangeran Aryadillah berhubungan dengan asal-usul pelabuhan internasional pada saat kesultanan Banten yaitu pelabuhan Karanghantu.

2.5. Perkembangan Anak

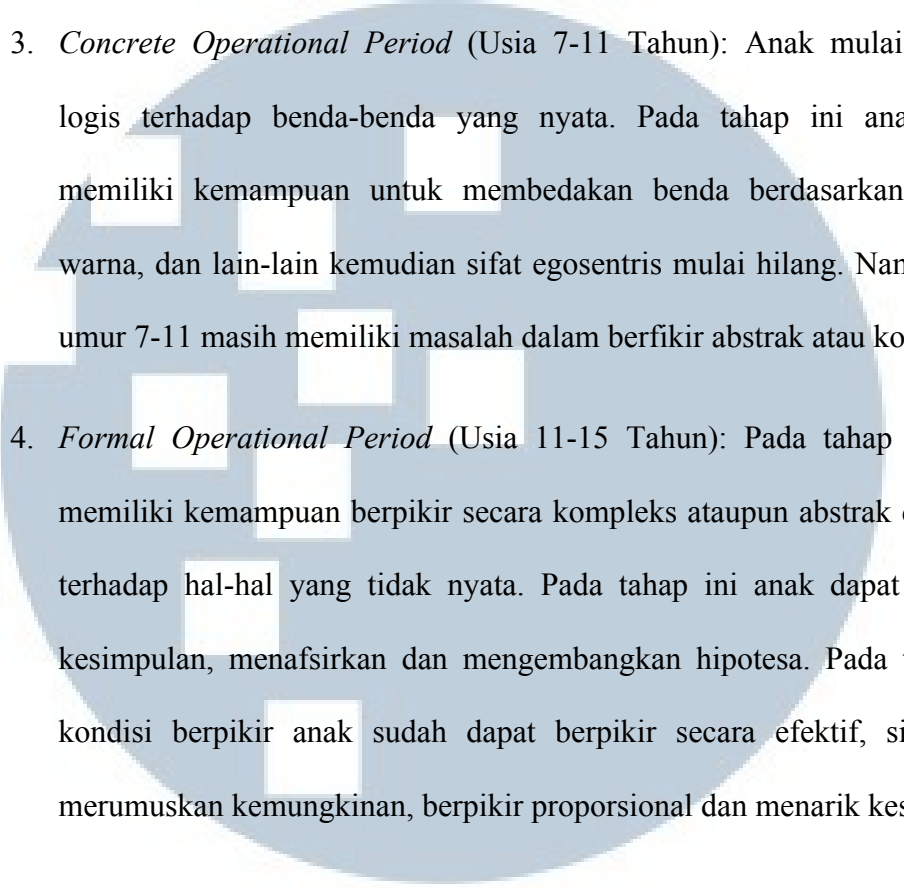
Menurut Montessori (2015) anak-anak memiliki kemampuan untuk belajar dan menyerap dengan cepat apa yang terjadi dilingkungan dimana mereka tumbuh dan dewasa. Berikut adalah tahap tahapan dalam perkembangan anak: (hlm. 14).

1. *The absorbent mind* (0-6 Tahun): Disebut sebagai periode *sensitive*, pada tahap ini anak menyerap berbagai informasi dengan cepat dan pada tahap ini pula anak-anak membangun individunya dengan cara meniru orang tuanya.
2. *Childhood* (6-12 Tahun): Ini adalah tahap kedua dari perkembangan anak yang disebut dengan tahap tentram, ketika anak sangat tertarik untuk belajar dan mencari pertemanan. Perkembangan anak pada tahap ini berhubungan dengan perkembangan moral anak dan juga perolehan kebudayaan seperti pengalaman sosial, pembelajaran ilmu alam, sejarah dan geografi.
3. *Adolescence* (12-18 Tahun): Disebut sebagai tahap kesaaran social, dimana anak mulai bersosialisasi dan memperluas pengalaman mereka di dalam masyarakat.

2.5.1. Perkembangan Kognitif Anak

Menurut Piaget (2009) dalam buku *Theories of Developmental Psychology* teori kognitif anak dibagi menjadi 4 tahapan sebagai berikut: (hlm.39)

1. *Sensorimotor Period* (Usia 0-2 Tahun): perkembangan anak yang dapat dilihat dari gerakan motorik dan pemahaman sederhana dalam memahami lingkungan seperti meraba, memegang ataupun mengisap.
2. *Praoperational Period* (Usia 2-7 Tahun): Dalam tahap ini anak mulai mengembangkan kemampuan berbahasa, mempresentasikan benda dengan kata dan gambar. Pada tahap ini anak cenderung egosentris yaitu memandang sesuatu dari sudut pandang mereka.

- 
3. *Concrete Operational Period* (Usia 7-11 Tahun): Anak mulai berpikir logis terhadap benda-benda yang nyata. Pada tahap ini anak sudah memiliki kemampuan untuk membedakan benda berdasarkan ukuran, warna, dan lain-lain kemudian sifat egosentris mulai hilang. Namun anak umur 7-11 masih memiliki masalah dalam berfikir abstrak atau kompleks.
 4. *Formal Operational Period* (Usia 11-15 Tahun): Pada tahap ini anak memiliki kemampuan berpikir secara kompleks ataupun abstrak dan logis terhadap hal-hal yang tidak nyata. Pada tahap ini anak dapat menarik kesimpulan, menafsirkan dan mengembangkan hipotesa. Pada tahap ini kondisi berpikir anak sudah dapat berpikir secara efektif, sistematis, merumuskan kemungkinan, berpikir proporsional dan menarik kesimpulan

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA